

на 9 % выше, чем среди всех остальных респондентов. Следует отметить высокий процент затруднившихся ответить в пяти случаях из шести: от 14 до 25 %.

Небольшой процент выбора ответов, которым мы отдавали предпочтение, а также большое количество затруднившихся ответить указывают на возможные пробелы в конфликтологических знаниях опрошенных журналистов, на оценки конфликтных явлений, которые не совпадают с оценками в работах современных конфликтологов. Недостаточные теоретические знания в этой области могут препятствовать применению конструктивных ресурсов, так как, вместо того чтобы опираться на опыт предшественников, журналисты вынуждены самостоятельно формулировать рекомендации для освещения конфликтов, что не исключает ошибок, медленного приобретения необходимых знаний. Лучшие результаты тех, кто изучал конфликтологию в рамках общеобразовательных программ, указывают на возможное влияние культурного капитала на понимание конфликта журналистами, их представления об оптимальных стратегиях и роли информации и коммуникации в противостояниях.

#### *Литература*

1. Бурдые, П. Формы капитала / П. Бурдые // Экономическая социология. Электронный журнал. Том 3, № 5 [Электронный ресурс]. – 2002. – Режим доступа: <http://ecsoc.hse.ru/2002-3-5.html>. – Дата доступа: 04.09.2014.

**Александр Градюшко**

*Белорусский государственный университет*

### **СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ВЕБ-ЖУРНАЛИСТА В УСЛОВИЯХ КОНВЕРГЕНТНОСТИ**

В современной журналистике благодаря интернету формируется новый коммуникационный порядок. Ведущие средства массовой информации Беларуси сегодня представлены в сети уже не столько в качестве веб-версий, сколько в виде изданий, сочетающих в себе интерактивные и мультимедийные сервисы. Технологии радикально меняют способы потребления новостей и развлечений, ведут к формированию новых медиазапросов и в результате трансформируют формы коммуникации [3, с. 77]. В то же время анализ процессов, происходящих в интернет-СМИ, дает основание для выводов о том, что технологические преобразования

медиасистемы отнюдь не улучшили контентное наполнение сайтов. Более того, актуализировались проблемы социальной ответственности как веб-журналистов, так и аудитории.

Для выявления основных проблемно-тематических приоритетов интернет-изданий Беларуси в период с 2012 по 2014 г. мы провели мониторинг и контент-анализ ряда ведущих интернет-ресурсов. В качестве объекта исследования были выбраны белорусские информационные порталы Tut.by и Onliner.by, **онлайн-версии 135 региональных государственных газет**, сайты более 20 частных интернет-изданий, а также служба «Яндекс.Новости». В общей сложности было изучено более 1500 информационных сообщений. Дополнительно рассматривались публичные страницы интернет-СМИ, созданные в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», Twitter, Facebook. **В ходе исследования**, в частности, было установлено следующее.

Структура многих сайтов позволяет проследить количество прочтений каждого материала. Наибольшее количество просмотров отмечено у материалов по таким темам, как происшествия (чаще всего это ДТП), криминал, городские события, общественный транспорт, цены, зарплаты, спорт и погода. Трафик в интернете чаще всего делают именно негативные новости. В частности, на информационных порталах Tut.by и Onliner.by большое количество просмотров набирают резонансные аварии. Например, новость *«Минск: возле школы водитель Porsche Cayenne насмерть сбил ребенка»*, размещенная на Onliner.by 13 ноября 2012 г., собрала около 120 тыс. просмотров и более 1700 комментариев. Популярной на этом портале считается новость, набравшая более 20 тыс. просмотров.

Прочтению многих материалов часто способствуют, например, такие заголовки, как *«Ужасная авария в Гродно: 15-тонный грузовик трижды переехал 13-летнюю школьницу»* (S13.ru, 9 января 2014 г.), *«Очевидец страшного ДТП в Гомеле: “Одна женщина успела отскочить, а вторую автобус подмял под себя”»* (Кр.by, 16 января 2014 г.), *«В Бресте в свой день рождения погиб мотоциклист»* (Tomin.by, 14 мая 2013 г.). Такого рода заголовки говорят не столько о стремлении редакции проинформировать читателя, сколько о попытке спровоцировать его, заставить обсудить новость в комментариях. Публикации, касающиеся безопасности, вызывают больший отклик, если они посвящены чужому несчастью. *«Падение самолета – это критическая ситуация, в которой вы не оказались. Вы уже победитель в этой гонке жизни – вы получаете от этого удовольствие»* [1] – **считает Денис Блищ, журналист**, отвечающий за формирование информационной картины дня на

портале Onliner.by, посещаемость которого превышает тираж «Советской Белоруссии».

Популярность такого рода публикаций усиливает иллюстративный ряд. Визуализация очень сильно привлекает людей. Принцип работы многих белорусских интернет-СМИ прост: есть картинка – есть статья, нет картинки – нет статьи. Более того, в самих заголовках часто используются слова «фоторепортаж», «фотофакт», «+фото», «+видео» [2, с. 71]. Часто можно встретить публикации, содержащие до 50–60 иллюстраций и даже больше. Все это, конечно, хорошо, если бы, например, фотографии в большом количестве не размещались в заметках о ДТП, в которых погибли люди. В качестве примера можно привести материал *«На трассе М10 легковушка столкнулась с казахстанской фурой. Есть погибшие»* (Onliner.by, 4 сентября 2014 г.). Публикация включает в себя пять небольших абзацев текста и 14 фото. На одной из них изображено тело девушки, зажатой в автомобиле. Пользователь с ником *iga4mojito* всерьез спрашивает в комментарии под публикацией: *«Есть не замаскированные фото?»*

Подобные публикации дают нам основание заключить, что многие белорусские интернет-СМИ встали на опасный путь привлечения аудитории сенсационными, доступными и легко понятными обывателю материалами. Именно поэтому обостряется проблема социальной ответственности в современной веб-журналистике Беларуси. Ведущие интернет-издания нашей страны нередко игнорируют этот аспект своей деятельности, вольно или невольно злоупотребляя принципом свободы слова. Современная веб-журналистика находится в стадии «медийного перехода», скатываясь к развлечению публики и массовому производству информационного «фаст-фуда». Здесь сталкиваются интересы читателей и рекламодателей, журналистов и владельцев интернет-СМИ. Эта негативная тенденция часто остается незамеченной, когда начинаются разговоры о конвергенции, кроссмедийности и других «модных» понятиях. Технологии на самом деле вторичны. Первичен контент.

Результаты оценки качественных характеристик современной белорусской медиасферы показывают, что она превращается в пространство открытого общения, обсуждения и выражения мнений как на страницах многочисленных социальных сетей, так и на форумах сайтов интернет-изданий. Веб-журналистика превзошла своих конкурентов в интерактивности, которая приобрела беспрецедентные в истории массмедиа масштабы и реализуется в массовом комментировании публикаций, стирании различий между автором и читателем [5, с. 38]. В современной

медиафере нивелируется сама роль медиауправляемого воздействия на массы. Сегодня она представляет собой идеальную площадку для свободного комментирования всеми желающими «повестки дня». Здесь вновь возникает вопрос социальной ответственности, но уже не столько веб-журналиста, сколько аудитории. Совершенно очевидно, что ее участие в новейших форматах становится обязательным условием реализации медийных проектов.

Комментарии являются своего рода продолжением информационных сообщений, краеугольным камнем современной веб-журналистики. Следовательно, считают в редакциях интернет-СМИ, чем больше комментариев, тем лучше. Аудитория всегда расколота на группы с разными точками зрения. Журналист, который пишет о событии на стыке этих точек зрения, создает возможность дискуссии. Впрочем, к недостаткам дискуссий, которые ведутся как на Onliner.by, так и на Tut.by, можно отнести их низкий уровень. Стоит отметить, что нецензурные, откровенно оскорбительные комментарии модераторы не пропускают, однако общий уровень дискуссии остается невысоким. С нашей точки зрения, многие новости, публикуемые на Onliner.by, **выполняют, наряду** с информационной, развлекательную функцию. Отсюда проистекает упрощенная форма подачи материала, большое количество фотографий в тексте и отсутствие сложных для понимания тем. Публикации часто подаются в режиме «инфотеймент», то есть разыгрывания новости. Данная тенденция характерна и для ряда частных интернет-изданий, выходящих в регионах.

Для интеграции с аудиторией многие интернет-СМИ заводят аккаунты в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», Twitter, Facebook, но, опять же, присутствие газеты на этих коммуникативных площадках будет сколь-нибудь эффективным лишь в том случае, когда редакция будет адаптировать контент именно к этим платформам. Установлено, что в «ВКонтакте» или «Одноклассниках» излишняя серьезность скорее отпугнет читателя. В социальных медиа востребованы простота, доступность, развлекательность. В какой-то степени они заняли нишу «жевательной резинки для глаз». Дублирование контента интернет-издания в социальных сетях никому не интересно, поэтому некоторые СМИ в погоне за лояльностью аудитории стали уподобляться скандальным пабликам типа «МДК», «ЁП» и «Корпорация зла», размещая на своих страницах в соцсети в «ВКонтакте» демотиваторы, мемы, оригинальные фото с двусмысленными подписями, пытаясь тем самым в очередной раз развлечь свою аудиторию.

Динамичное развитие новых медиатехнологий требует расширения сфер профессионального творчества. Мультимедийность и конвергенция технологических платформ производства информации предоставляют невиданные ранее возможности, но в погоне за максимумом републикаций, значительным количеством лайков, комментариев и просмотров социальная ответственность веб-журналиста часто отодвигается на второй план. Полагаем, что современные подходы к производству информационного продукта в веб-среде показывают необходимость выработки новых критериев ответственности за коммуникативное поведение как журналистов интернет-СМИ, так и их аудитории. Пора задуматься о важности соблюдения профессиональных канонов поведения на информационных супермагистралях [4, с. 31]. Таким образом, структурные трансформации медиасферы не только предоставили СМИ и обществу огромные возможности для развития, но и создали определенные риски.

#### *Литература*

1. Блищ, Д.В. Журналистика – отрасль развлечений, а не информации [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://blisch.by/just-for-fun>. – Дата доступа: 08.09.2014.
2. Градюшко, А.А. Творческие методы и приемы современной веб-журналистики Беларуси / А.А. Градюшко // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2014. – № 1. – С. 69–73.
3. Варганова, Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е.Л. Варганова. – М.: Медиамир, 2014. – 280 с.
4. Мансурова, В.Д. Социально активная журналистика: новые грани профессионализма / В.Д. Мансурова // Медиаальманах. – 2014. – Вып. 2 (61). – С. 26–31.
5. Потятиник, Б.В. Интернет-журналістыка: навч. посіб. / Б.В. Потятиник. – Львів: ПАІС, 2010. – 244 с.

**Евгений Дмитриев**

*Белорусский государственный университет*

### **МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТИВНЫХ КУРСОВ ПРИ ПОДГОТОВКЕ БУДУЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ**

Элективные курсы или курсы по выбору занимают важное место в учебных планах подготовки специалистов с высшим образованием, реализуемых на факультете журналистики БГУ. Но при этом сами преподаватели не всегда понимают специфику элективных курсов, их отличия